

개의 상품 등의 명칭이 있을 때, 이들 각각 또는 일부에 대응되는 상표 등의 표장 콘텐츠를 하나의 박스에 모아서 표시해 주거나, 화면의 모서리 등의 개별적인 고정된 위치에 표시해 줄 수 있다. 이 때는 상품 등의 명칭과 상표 등의 표장 콘텐츠과의 1:1 대응관계가 분명하지 않으므로 1) 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠만 모아서 표시해주는 방법, 2) 별개의 위치에서 컷제의 방법을 사용하는 방법(예를 들면 박스 안에서 컷번째 방법을 구현하는 것이다. 이 박스는 사용자(30-8)의 스크롤에 독립적으로 위치하기도 하고, 스크롤에 따라서 움직이기도 한다.)이 있다.

셋째, 텍스트 콘텐츠가 문단 단위 또는 하나의 대상에 대한 총체적 정보 단위일 때, 상표 등의 표장 콘텐츠는 그 문단 단위 또는 총체적 정보 단위에 대응하여 결합될 수 있다.

총체적 정보 단위를 설명한다.(이는 www.empas.com의 검색엔진 부분에서 발췌하였다.(검색어로 '맥도날드'를 입력)

".....맥도날드에 오신 것을 환영합니다.: 개인정보

보호정책(정확도 : 95 %) [미리보기]

맥도날드 주식회사(McDonald's)는 맥도날드 웹사이트에 대한 정보를 사용자(30-8)들에게 제공합니다. 맥도날드는 개인의 프라이버시를 존중하면서 맥도날드의 웹사이트를 재미있고 유용한 사이트로 만들기 위하여 노력합니다. 맥도날드는 온라인 방문자들의 개인정보 보호를 위하여

http://mcdonalds.co.kr/prog/event/prv_policy.htm

유사문서검색"

상기의 따옴표로 인용된 콘텐츠 전체가 하나의 맥도날드 부분에 대한 총체적인 정보 단위이다.

이때는 상표 등의 표장 콘텐츠가 상품 등의 명칭에 결합되어 표시되는 경우 다음의 과정을 밟는다.(즉, 이때는 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠가 문단 또는 총체적 설명 단위에 대응하며 표시된다는 것이다.)

첫째, 문단 또는 총체적 정보 단위를 인식한다.(48-1) 둘째, 이 문단 또는 총체적인 정보 단위의 왼쪽 또는 오른쪽 또는 면 앞부분, 면 끝부분에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합한다.(48-2) (이 때, 상표 등의 표장 콘텐츠가 들어갈 자리를 위하여, 문단 또는 총체적인 정보단위는 표장이 존재하는 반대 방향으로 밀리기도 한다. 면 끝부분에 결합하는 경우는 다른 문단 또는 총체적 정보단위가 아래로 밀린다. 이때, 복수개의 상표 등의 표장 콘텐츠가 하나의 문단 또는 총체적 정보 단위에 결합할 수 있다.

텍스트 콘텐츠 대신에 상표 등의 표장 콘텐츠가 들어간다. 예를 들어 PDA라는 텍스트 콘텐츠의 내용 대신에 Palm이라는 상표가 들어갈 수 있다. 물론, 사용자(30-8) 등이 이를 클릭하거나 메뉴바, 오른쪽 마우스 버튼, 웹페이지상에 나타나는 특정 버튼을 사용하면 원래의 콘텐츠로 복원되게 할 수 있다.

셋째, 텍스트 콘텐츠와 상품 등의 표장 콘텐츠가 순환되면서 표시된다.(각 표장 나름의 display 방법에 의하는데, 소리 상품이나 소리로 된 슬로건 등일 경우에는 소리가 나온다.) 예를 들면, PDA라는 텍스트 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠 중 1개 또는 복수 개가 일정한 시간간격 또는 랜덤(random)한 시간 간격으로 교대로 바뀌면서 표시된다.

넷째, 광고에 해당하는 콘텐츠가 있음을 사용자(30-8)가 적극적으로 파악하지 않는 한 알 수 없도록, 별도의 위치(모서리 등)나 표시에 시간 차이를 두고 상표 등의 표장 콘텐츠를 표시해 준다.

표시되는 기본적인 방법

하나의 상품 등의 명칭에 하나의 공급자의 상표 등의 표장

콘텐츠가 결합하는 경우

공급자의 상표 등의 표장 콘텐츠가 하나인 경우

상표 등의 표장 콘텐츠가 하나인 경우 이를 주기 또는 임의의 시간 간격으로 표시하거나(on) 표시하지 않거나(off)를 반복하거나, 특정한 디지털 효과(effect)를 주거나, 속성을 바꾸거나(투명 속성, 반투명 속성, 색깔 등)하여 표시해 줄 수 있다. 이때, 상품 등의 명칭에 대해서 직접적인 변형이 들어가는 경우가 있을 수 있다. 텍스트 콘텐츠 중에서 상품 등의 명칭(예:PDA)이 있는 경우, 그 부분에 PDA와 관련되어 있는 주소로의 하이퍼링크를 결합하는 것이다.

공급자의 상표 등의 표장 콘텐츠가 복수개인 경우

연속하거나 임의의 순서대로, 일정한 빈도로 또는 임의의 빈도로, 시각에 호소하는 것과 청각에 호소하는 것을 독립적으로 또는 연동시키면서 사용자(30-8)에게 표시할 수 있다. 즉, 복수개의 표장의 하나하나에 대하여 상기의 표장이 하나인 경우를 적용할 수 있다. 복수 개의 표장이므로 그 복수개의 표장의 배열 순서를 바꾼다는지, 교환하여 표시한다는 것을 할 수도 있다.

하나의 상품 등의 명칭에 복수개의 공급자들의 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합하는 경우

상품 등의 명칭에 대한 공급자가 복수인 경우, 각 공급자별로 상기의 공급자가 하나인 경우(상표 등의 표장 콘텐츠가 하나인 경우, 복수 개인 경우 포함)를 적용할 수 있다.

사용자(30-8)의 상호 작용이 있는 경우의 응용

위치 이동 상호 작용

사용자(30-8)들이 마우스, 키보드, 시점의 이동 측정 장치 등의 포인팅 디바이스를 활용하여 텍스트 콘텐츠에 위치시키거나, 통과하거나, 클릭 등의 작용을 하는 경우에 상기의 표시되는 기본적인 방법들을 적용할 수 있다.

포지션 트래킹(Position Tracking)을 실시하여, 텍스트 콘텐츠의 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 사용자(30-8)들에게 표시해 준다. 웹 사이트를 표시하는 웹 브라우저를 포함한 일반적인 컴퓨터용 응용 프로그램은 사용자(30-8)와 컴퓨터간의 상호작용의 과정에서 사용자(30-8)의 현재 위치를 표시하는 커서나 마우스의 포인터를 화면상에 표시하게 된다. 커서와 마우스의 포인터에 현재 위치는 기본 OS(Operating System)의 입출력기능으로부터 현재의 위치를 컴퓨터 응용 프로그램에 전달될 수 있고, 모니터에 표시함으로써 사용자(30-8)의 작업의 편의를 돕게 된다.

이 때 현재의 커서나 마우스가 상품 등의 명칭이 있는 바로 그 위치(the exact position) 또는 그 위치 부근(around the position)에 있을 때 다음의 작용들이 일어날 수 있다.

첫째, 이미 텍스트 콘텐츠와 결합되어 있던 상표 등의 표장 콘텐츠(일부가 이미 표시되어 있는 경우를 포함한다)를 사용자(30-8)의 상호작용의 입력에 대한을 인식을 불러내는 열쇠(key)로 하여 상기의 표시되는 기본적인 방법에서 기술된 방법으로 표시해 준다.

둘째, 그 위치나 그 위치 부근에 존재하는 텍스트 콘텐츠를 인식하여 그 텍스트 콘텐츠가 상품 등의 명칭일 경우 그것을 시작으로 하여 공급자 DB, 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(30-2)를 검색한 다음 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합 또는 연동하여 상기의 표시되는 기본적인 방법에서 기술된 방법으로 표시해 준다.

이는 특히, 상표 등의 표장 콘텐츠가 전혀 표시가 없거나 일부만이 표시되어 있거나, 시각적인 표시만이 있는 경우 더욱 효과적일 수 있다. 예를 들어 상표 등의 표장 콘텐츠 중에서 소리(소리 상표, 음성, 의성어, 효과음, 음악, 노래, CM, 슬로건, 기타 소리 상징물) 콘텐츠를 결합 또는 연동해서 음향장치(헤드폰, 컴용 스피터, 모니터용스피커, 이어폰)에서 이를 발생시켜 주는 것이다.

포지션 트래킹의 응용

포지션 트래킹(Position Tracking)의 한 응용 방법으로 사용자(30-8)의 비전(Vision)을 트래킹(tracking)한다. 모니터와 결합하여 시청자의 시각을 인식하는 장치(Vision Tracker: 화상카메라, 디지털 카메라, 비전 트래킹 전용 하드웨어 등과 이를 이용하는 소프트웨어)로 시청자의 시선을 찾아서 특정 단어가 읽히질 때, 그와 관련된 상표 등의 표장 콘텐츠 중 소리상표나 일반인이 특정 브랜드나 상품의 고유한 소리로 인식하는 소리(소리 상표, 의성어, 효과음, 음악, 노래, CM) 등을 컴퓨터의 음향장치(헤드폰, 컴용 스피터, 모니터용스피커, 이어폰)에서 발생시킨다. 예를 들면, 콜라라는 문자가 나오면, 펄시라는 콜라 상표와 유사한 음향효과인 펄라는 소리가 난다. 오렌지쥬스가 나오면, '파봉'이라는 소리가 난다. 아이스크림이라는 문자가 나오면, "12시에 만나요 부라보르, 들어서 만나요 부라보르" 등의 음악이 나온다.

포지션 트래킹(Position Tracking)의 한 응용으로 콘텐츠에 상표 DB를 연동하는 것이 아니라, 사이버 복권을 대응시킬 수 있다. 사용자(30-8)가 콘텐츠 내부에서 마우스나 키보드 등을 통해서 단계적으로 콘텐츠를 검색할 때, 특정 부분에 도달하게 되면, 팝업메뉴가 나타나거나, 버튼이 생기거나, 새로운 메뉴가 있음을 알리는 메시지가 나타나고, 이를 클릭하여 표시하게 하면, 사이버 복권이 나타난다. 혹은 상표 DB와 사이버 복권을 섞어서, 콘텐츠의 전 영역을 통틀어서 일반적으로는 광고가 나타나고, 때때로 광고대신에 복권이 나타난다, 사용자(30-8)의 호기심과 기대심리를 자극하게 된다. 또는, 콘텐츠에 연동하는 광고를 사용자(30-8)가 클릭 등의 상호작용하면 복권이 나타나게 할 수도 있다.

입력 상호 작용

사용자(30-8)가 네트워크 상의 특정한 위치에서 키워드 입력 또는 enter 키 또는 마우스 선택 버튼의 입력이 있을 때(41-2), 이 키워드 입력 또는 enter 키 또는 마우스 선택 버튼의 내용에 해당하는 입력을 분석하여 입력 중 상품 등의 명칭이 있을 때 그 명칭을 인식하고(41-3) 상기의 발명 사상 전 과정을 적용시킨다. 즉, 소리 등의 새로운 상표 등의 표장 콘텐츠를 출력하기도 하고(41-4), 시간이 지남에 따라 상표 등의 표장 콘텐츠가 바뀌기도 한다.(41-5)

조건에 따른 표시

도 42에 본 과정이 도식화 되어 있다.

콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b) 측에서의 조건 성취 여부에 따른 표시

콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b)는 특정한 조건의 성취 여부(예를 들면 광고료의 지불)를 조건으로 하여 상기의 표시의 전과정을 수행할 수도 있다. 즉, 표시하는 자의 선택에 의해 임의로 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합할 수 있다. 하나의 텍스트 콘텐츠 내에서 상품 등의 명칭이 복수개 있을 경우 1개, 일부, 전부 또는 특정한 조건을 만족하는 것에 대해서만 본 발명의 표시 과정을 거치게 할 수 있다. 표시되는 텍스트 콘텐츠 내용에 해당되는 상표등의 표장 콘텐츠가 여러가지 있을 경우 이의 우선 순위를 임의로 조정할 수 있다. 예를 든다면 텍스트 콘텐츠가 표시되는 페이지의 내용을 분석하여 한 페이지에서 가장 많이 나온 상품 등의 명칭에 대응하는 것을 광고할 수도 있다.

또한, 사용자(30-8)의 입력을 받아서 상표 등의 표장 콘텐츠의 표시 수준(개수, 방법 등)을 정할 수 있다.

사용자(30-8) 측면에서의 조건의 성취 여부에 따른 표시

본 상표 등의 표장 콘텐츠를 통한 광고 기업은 사용자(30-8)가 목적으로 하는 것에 합치 되는 정도가 강하므로(예를 들면 검색엔진에서 PDA를 친 경우, 검색 결과에 PDA의 공급자 정보를 알려 주기 때문) 정보성이 강하다. 하지만, 광고의 노출에 대해서 광고주나, 기타 광고를 통해서 이익을 얻는 자로부터 보상을 받을 필요가 있음은 여전하다. 이때, 사용자(30-8)들이 광고 관리 프로그램을 사용하는 경우, 기타 보상에 관한 조건을 사전에 광고주나 웹사이트와 계약 등을 체결하거나, 실시간으로 광고 관리 프로그램을 통하여 보상을 받는 조건으로 상표 등의 표장 콘텐츠를 받을 수도 있다. 즉, 광고 관리 프로그램을 통하거나 기타의 방법으로 상표 등의 표장 콘텐츠의 수용의사가 콘텐츠의 공급자들에게 전달될 때에 한하여 사용자(30-8)들에게 상표 등의 표장 콘텐츠가 전달될 수 있다. 그러므로, 광고 관리 프로그램에는 상표 등의 표장 콘텐츠를 제거하거나 선별하는 필터링(filtering) 과정이 있을 수 있다. 광고 관리 프로그램이 총체적인 과정을 관리한다.

광고 표시의 선택권 부여

선택권의 종류로는 아래와 같은 것이 있을 수 있다.

첫째, 광고 표시 유무와 표시 정도(level)를 선택한다. 오른쪽 마우스 버튼 메뉴에 할당, AD manager 옵션에 할당, 프로그램이 점유하는 화면 상의 특정위치에 나타나는 버튼, 브라우저의 메뉴바, 단축키 등을 작용하여 광고가 나타나는가 여부를 사용자(30-8)가 선택할 수 있게 한다. 또는, 지나치게 많은 광고가 콘텐츠에 표시됨으로써 시야를 훼손하고 콘텐츠에 집중하는 것을 방해받지 않길 원할 때는 삽입되는 광고의 개수와 크기, 눈에 띄는 정도 등을 단계별로 조절할 수 있게 한다. 더 많은 광고를 보려면, 더 많은 상품정보를 읽고 또 더 많은 보상을 받게 됨으로 이의 선택은 사용자(30-8)가 행할 수 있다.

둘째, 광고 순환의 선택으로 교체용 버튼(웹사이트의 메뉴, 웹 브라우저의 메뉴, 오른쪽 마우스 버튼의 메뉴, 단축키의 메뉴)을 삽입하여 여러 개가 가능한 광고 중에 원하는 것을 볼 수 있다. 예를 들면, PDA라는 글자가 나타나면, 다양한 상품에 대한 광고가 가능한데 버튼을 클릭하면, 그 다음 광고가 나타나고 또 버튼을 누르면 그 다음 광고가 나타나는 식으로 광고가 순환하게 할 수 있다.

셋째, 광고 대상의 선택으로 선호되는 광고, 배제되는 광고의 내용과 형식을 사용자(30-8)가 미리 선택하게 한다. 또는, 광고의 형식적인 측면에서도 배너광고는 배제하고, 칼라 광고는 배제하는 식의 옵션을 사용자(30-8)에게 부과할 수 있다.

기본 표시와 확장 표시

상표 등의 표장 콘텐츠를 표시할 때 기본 표시와 확장 표시의 개념을 도입할 수 있다. 기본 표시란 상표 등의 표장 콘텐츠의 각종의 표시 중에서 하나 또는 일부만을 표시해 주는 것이며, 확장 표시는 사용자(30-8)가 기본 표시에 작용(포인팅, 타이프의 위치, 통과, 클릭 등의 사용자(30-8)의 임의의 입력)에 대응하여 기본 표시와 다른 표시가 나타나는 것을 말한다. 즉, 기본적인 상표 등의 표장 콘텐츠로 쿨라 그림만이 붙어 있다면, 사용자(30-8)가 이 쿨라 그림 위에 커서 또는 마우스를 갖다 댈 때, 쿨라 병마는 소리 같은 기본 표시 이외의 상표 등의 표장 콘텐츠를 표시 또는 출력해 주는 것이다. 이는 특히, 도음말 표시하는 풍선을 확정 표시를 표시하는데의 한 도구로 사용될 때 더욱 효과적이다. 즉, 풍선에서 도음말이 차지하는 자리에 그 상품 등의 명칭에 관계하는 공급자에 대한 확장 정보 또는 상표 등의 표장 콘텐츠 이외의 광고 콘텐츠(동영상, 배너 등 모든 종류의 광고 목적의 콘텐츠)를 표시해 줄 수 있다.

자연어 분석 과정의 추가

다수의 검색 엔진들이 제공하고 있는 자연어 분석을 이용하는 검색이 있다. 가령 "아름다운 머리결을 가꾸고 싶다" 라는 입력이 있을 경우 이 입력에는 상품 등의 명칭이 나타나 있지 않다. 이 때에 적용되는 것이 자연어 분석DB를 활용하는 것이다. 본 발명에서 이 과정은 자연어 입력에서 "아름답다", "머리결", "가꾸다" 을 입력에서 추출해 내고, 이 단어들이 필수적으로 쓰이거나, 많이 쓰이는 분야를 찾아내거나, 검색용 keyword로 이런 말을 올린 웹DB를 찾아내어 상품 등의 명칭과 대응관계를 형성하는 과정을 포함한다. 이 과정에서는 자연어 분석을 위한 DB 및 자연어 분석과정을 수행하는 분석 엔진 (30-3)이 필요하다. 즉, "아름다운 머리결을 가꾸고 싶다" 의 입력에서 "아름답다", "머리결", "가꾸다" 을 추출하고, 이 추출된 단어를 가령 "미용", "화장품" 등의 상품 등의 명칭과 대응관계를 성립시킨다. 본 대응관계가 성립되면 상기의 과정들에서 상품 등의 명칭을 추출해 낸 이후의 과정을 그대로 적용시킬 수 있다.

이 과정을 확장하면, 전체적인 내용, 상황, 주제에서 상품 등의 명칭과 대응관계를 만들 수 있다. 즉, "올여름은 더욱 멋지다" 라는 내용의 기사가 실려 있다면, 에이전트에 대한 광고가 실린다. 컴퓨터에 관한 일반적인 기사가 실리면, 삼보 컴퓨터의 노트북, 마이크로소프트의 Excel, 엔디카라는 클럽활동 사이트(www.entica.com) 등 연관되는 임의의 내용을 상표 등의 표장 콘텐츠를 활용한 광고할 수 있다.

본 과정에서 자연어 입력 또는 자연어 텍스트 자료에 대해서 키워드를 찾아 내거나, 상품 등의 명칭 등을 할당해 내는 것은 컴퓨터 프로그램이 할 수도 있으면 사람이 할 수도 있다.

기본 흐름(flow)에 대한 설명

텍스트 콘텐츠로 저장된 것들에 대한 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 방법

첫째, 분석 과정 - 텍스트 콘텐츠의 내용을 분석한다.(46-1)

자동 분석, 수동분석, 분석의 시기(저장된 것, 네트워크를 통하여 전송할 때 실시간으로)를 통해서 분석하고 상품 등의 명칭을 찾아 낸다.

둘째, 상표 등의 표장 콘텐츠 광고 설정 - 텍스트 콘텐츠의 상품 등의 명칭에 매칭(matching)되는 상표 등의 표장 콘텐츠나 상표 등의 표장 콘텐츠 모음의 유형을 설정한다.(46-2) 본 유형 설정 과정은 생략될 수 있으며 이때에는 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠가 바로 대응된다.

셋째, 제작(외부에서 불러오기 포함) 및 대응 - 해당 유형에 맞는 상표 등의 표장 콘텐츠가 제작되고, 기존의 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(30-2)에서 대응되는 광고가 찾아진다.(46-3)

넷째, 텍스트 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠와의 대응관계가 저장된다.(46-4)

다섯째, 결합 및 표시 - 텍스트 콘텐츠가 표시될 때, 텍스트 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 대응관계를 참고하여 상표 등의 표장 콘텐츠가 삽입되거나, 치환되거나, 뒤집히거나, 연동하여 본 발명이 제시하는 표시 방법 및 기타의 방법으로 표시된다.(46-5)

송신하는 데이터

웹사이트가 사용자(30-8)에게 제공하기 위하여 송신하는 텍스트 콘텐츠를 실시간으로 분석하여 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 제공한다

첫째, 송신 데이터를 분석하여 상품 등의 명칭을 찾아 낸다.(47-1)

둘째, 상표 등의 표장 콘텐츠 광고 설정 - 텍스트 콘텐츠의 상품 등의 명칭에 매칭(matching)되는 상표 등의 표장 콘텐츠나 상표 등의 표장 콘텐츠 모음의 유형을 설정한다.(47-2) 본 유형 설정 과정은 생략될 수 있으며 이때에는 상품 등의 명칭에 해당하는 상표 등의 표장 콘텐츠가 바로 대응된다.

셋째, 제작(외부에서 불러오기 포함) 및 내용 - 해당 유형에 맞는 상표 등의 표장 콘텐츠가 제작되고, 기존의 상표 등의 표장 콘텐츠 DB(30-2)에서 대응되는 광고가 찾아진다.(47-3)

넷째, 결합 및 표시 - 텍스트 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 대응관계를 참고하여 상표 등의 표장 콘텐츠가 삽입되거나, 치환되거나, 뒤섞이거나, 연동하여 본 발명이 제시하는 표시 방법 및 기타의 방법으로 표시된 것을 전송한다.(47-4)

사용자(30-8)의 입력

사용자(30-8) 입력에 반응한다. 검색엔진에 검색에 관한 키워드를 입력할 때, 채팅에서 미리 설정한 단어나 문장, 표현을 입력할 때, ("아, 술 먹고 싶다"라는 표현이 나오면, 맥주광고(OB Lager 상표)가 나온다. 게시판에 글을 쓸 때, 가장 효과적인 것은, 사용자(30-8)의 욕구와 필요가 집약되어 있는 검색엔진에 키워드를 입력할 때이다.

첫째, 사용자(30-8) 입력의 내용을 분석한다.(201)

둘째, 사용자(30-8) 입력의 내용에 매칭되는 광고나 광고 모음의 유형을 설정한다.(202)

셋째, 해당되는 유형의 광고나 광고 모음의 DB에서 콘텐츠와 같이 표시할 광고를 선택한다.(203)

넷째, 콘텐츠가 표시될 때, 광고가 삽입되거나, 치환되거나, 뒤섞이거나, 연동한다.(204)

사용자(30-8)가 원하는 광고

웹사이트의 내용과 상관관계가 떨어지더라도 사용자(30-8)가 원하는 광고를 표시한다.

첫째, 사용자(30-8)가 원하는 광고 유형, 아이템, 형태, 상품, 분류의 설정을 사용자(30-8)가 입력한다.

둘째, 이 설정을 사용자(30-8)가 탐색을 원하는 웹사이트에 전송하거나, 광고관리프로그램 광고관리센터, 광고중개사 이트 등의 대행자가 콘텐츠를 제공하는 웹사이트에 전송한다.

셋째, 설정에 따르는 광고가 웹사이트의 콘텐츠와 함께 표시된다.

광고의 표시에서 풍선달 활용

마우스 등의 위치 표시 장치를 상품 등의 명칭 또는 상표 등의 표장 콘텐츠에 위치시켰을 때, 풍선달이 나오게 할 수 있다. 이는 각종의 삽입된 광고가 객체로서 존재하여 이의 특성을 설명하기 위한 설명문이 풍선 도움달의 형태로 나타나는 일반적인 프로그래밍 기법을 응용한 것이다. 이 풍선달 속에 상표 등의 표장 콘텐츠 중에서 쓰이지 않은 것들 또는 풍상의 디지털화된 광고 콘텐츠를 넣을 수 있으며, 이것들이 표시(동영상, 소리 포함)될 수 있다.

광고 결합 센터(30-5)의 존재와 외부에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 경우

상품 등의 명칭 등에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 과정이 일어나는 장소가 텍스트 콘텐츠를 제공하는 동일한 웹사이트의 서버 내부에서 일어날 수도 있으며, 내부가 아닌 외부의 제 3의 서버 등에서 일어날 수 있다.

풍상의 웹사이트에 적용

텍스트 콘텐츠를 공급하는 자(컴퓨터, 서버 포함)는 이를 외부의 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착해 주는 서비스를 하는 자인 광고 결합 센터(30-5)(컴퓨터, 서버 포함)에게 전송할 수 있다.(30-6b) 광고 결합 센터(30-5)는 전송 받은 텍스트 콘텐츠를 분석하여, 상품 등의 명칭 등을 추출해 내고, 이에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하여 다시

텍스트 콘텐츠를 공급하는 자에게 전송해 줄 수 있다.(30-6b) 이때, 광고 결합 센터(30-5)는 최대한 자세하게 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합해 주고, 이를 전송 받은 텍스트 콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b)는 자신의 목적에 맞게 상표 등의 표장 콘텐츠의 양과 질, 표시 방법 등을 조절할 수 있다.

전자 우편에 적용(30-6b - 30-7)

본 방법은 텍스트 콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b)가 외부의 사용자(30-8)들에게 자신의 웹사이트의 접속 없이 콘텐츠를 제공받는 전자 우편 및 텍스트 콘텐츠의 다른 웹사이트로의 전송 등을 포함한 각종 정보 제공 방법(예를 들면 맞춤 뉴스 제공 등)에 특히 유용할 수 있다. 이에 대해 자세히 설명하면 다음과 같다.

첫째, 텍스트 콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b)가 사용자(30-8)에게 보낸 전자 우편용 광고 결합 센터(30-5)로 보낸다.(30-6a)

둘째, 광고 결합 센터(30-5)는 그 전자 우편의 텍스트 콘텐츠를 분석한 다음 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합한다. 여기서 상표 등의 표장 콘텐츠뿐만 아니라, 다른 광고 콘텐츠를 삽입할 수도 있다.(30-5)

셋째, 광고 관리 센터가 이를 사용자(30-8)에게 전송한다. 이 때, 광고 관리 센터는 텍스트 콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b)에게 발송 확인 정보를 보낼 수 있다(30-7).

개인 사용자(30-8)

텍스트 콘텐츠를 전송받은 사용자(30-8)가 자신의 텍스트 콘텐츠를 광고 결합 센터(30-5)로 전송하여 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합된 콘텐츠를 전송 받을 수 있다. 이는 특히 상표 등의 표장 콘텐츠에 노출되어 보상이 매개될 경우 특히 유용할 수 있다. 이 광고 결합 센터(30-5)는 사용자(30-8)의 컴퓨터 내부에 있을 수도 있다.

외부에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하는 것의 장점

첫째, 각 개별 웹사이트들이 분석 및 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하기 어렵기 때문이다.

둘째, 각 콘텐츠에 광고가 결합되면 보상(광고비 등)이 매개될 수 있는데 이때 개별 웹사이트들이 수많은 광고주를 모으기가 쉽지 않기 때문이다.

외부에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하는 것에 보상이 매개될 경우의 모델

첫째, 광고 결합 센터(30-5)는 자신이 광고주를 모으고, 각 광고주 별로 자신들의 상표 등의 표장 콘텐츠가 노출되는 데 대한 총보상에 대한 계약을 체결한다. 이 과정은 광고 결합 센터(30-5) 내에 있는 광고 관리 프로그램이 수행할 수 있다.

둘째, 광고 결합 센터(30-5)는 개별 웹사이트, 외부로 나가는 전자 우편 또는 텍스트 콘텐츠 전송, 개인 사용자(30-8)들이 광고 결합 센터(30-5)를 통해서 상표 등의 표장 콘텐츠 및 동상의 광고 콘텐츠가 결합된 텍스트 콘텐츠를 받았을 경우, 광고 결합 센터(30-5)로 텍스트 콘텐츠를 보낸 개개의 주체 또는 광고 관리 센터로부터 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합된 콘텐츠를 받은 자들에 대하여 수신 여부, 노출 여부, 노출의 정도 등 광고 효과를 측정하는 각종의 방법에 기초하여 계산되거나 계약된 보상을 지불할 수 있다. 이 광고 결합 센터(30-5)에서 각 사용자(30-8) 또는 콘텐츠 제공자(30-6a 또는 30-6b)들에게 보상을 지불하는 것은 광고 관리 프로그램이 담당한다.

이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠 결합

개요

세상에 존재하는 시각적 이미지들은 그 시각적 이미지에 대응하는 물건이나 상황 또는 동작의 표현일 수 있으며, 물건이나 상황 또는 동작에 대해서는 상품 등의 명칭을 부여할 수 있다. 즉, 이미지의 전부나 일부분에 대하여 이를 상품 등의 명칭과 결합할 수 있다는 것이다. 가령 휴대폰에 대한 그림이 있을 경우, 이 그림에 대해서 휴대폰이라는 상품 등의 명칭을 대응시킬 수 있다. 또한, 목걸이를 한 개에 대한 그림이 있을 경우 개 자체에 대해서 '개'라는 상품 등의 명칭을 결합할 수 있으며, 개가 한 목걸이에 대해서 '개 목걸이'라는 상품 등의 명칭을 결합할 수 있다.

창조하는 이미지에 대해서 '창조'라는 서비스 명칭을 부여할 수 있다.

용어의 정의

이미지 등에 대한 명칭: 이미지의 전부나 일부분에 대해서 상품 등의 명칭을 대응할 수 있으며, 대응하는 과정을 '상품 등의 명칭의 추출'이라 하고, 그 추출된 명칭을 그 이미지와 관련하여 '이미지 등에 대한 명칭'이라 한다.

이미지 또는 이미지 콘텐츠: 본 발명이 말하는 이미지 콘텐츠는 실사(picture), 사람이나 컴퓨터로 그린 애니메이션, 컴퓨터 등 시각으로 파악되는 텍스트(문자, 숫자, 기호)가 아닌 콘텐츠(동영상도 프레임 단위로 만들어 질 때 그 프레임은 이미지이다)를 말한다. 이러한 이미지에는 홀로그램 영상, 가상 현실 상의 이미지를 포함한다.

오브젝트(object)의 결합으로서의 이미지: 컴퓨터 그래픽으로 이미지의 작업을 할 때, 선도(line image)에 의해서 구분되는 각각의 대상 중, 특정한 선도 또는 선도의 집합은 오브젝트로서 하나의 의미있는 구분 단위가 될 수 있다. 가령, 방울이 달린 개목걸이를 한 개의 그림에서, 개목걸이를 나타내는 선도 해당 부분은 하나의 의미를 가지는 오브젝트일 수 있으며, 개 목걸이의 구성 부분 중에서도 방울 부분은 또다른 오브젝트일 수 있다.

그러므로, 하나의 이미지는 오브젝트의 하나 또는 둘 이상의 결합일 수 있다.

이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠 부착에 대한 발명의 구성

오브젝트에 상품 등의 명칭을 부여하는 단계

이미지의 전체(44-1) 또는 부분(44-2)을 오브젝트 단위로 볼 때, 이미지 전체 오브젝트 또는 개별 오브젝트에는 상품 등의 명칭을 대응시킬 수 있다. 이 대응은 각 오브젝트에(44-2a) 대한 설명('44-a')에서 있는 텍스트 콘텐츠를 분석하고, 상품 등의 명칭(44-2a')이 있다면 그 명칭을 추출하여 사용할 수 있고, 설명에서 상품 등의 명칭이 없다면 사람이 각 오브젝트별로(44-2b) 상품 등의 명칭을 부여할 수 있다.(44-b') 이 과정을 통해서 각 오브젝트 중의 일부 또는 전체에 대해서 상품 등의 명칭이 1:1 또는 1:다수가 대응 관계를 맺게 된다.(44-3)

명칭 부여 이후의 과정

각 오브젝트에 상품 등의 명칭이 부여 되면, 각 오브젝트가 텍스트 콘텐츠에 들어가는 것으로서 상기의 발명을 준용할 수 있다. 즉, 상기의 발명들은 텍스트 콘텐츠에 대해서 상품 등의 명칭을 추출해 내는 과정을 밟아 텍스트 콘텐츠에 대해서 상품 등의 명칭을 1:1 또는 1:다수의 대응 관계를 성립시켰다면, 본 발명에서는 오브젝트에 상품 등의 명칭을 대응시킴으로써(추출 과정을 오브젝트에 상품 등의 명칭 대응으로 치환) 동일한 1:1 또는 1:다수의 대응관계의 성립을 가져오게 된다. 그러므로, 상기의 전 발명에서 텍스트 콘텐츠 자리에 이미지가 대응되고, 텍스트 콘텐츠에서 상품 등의 명칭을 추출하는 것에 이미지에서 오브젝트를 찾아 상품 등의 명칭을 대응시키는 과정이 서로 대응된다. 일단 상품 등의 명칭이 밝혀 지면, 다시 그 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 찾을 수 있고, 이것을 본 발명이 제

시하는 텍스트 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 결합 과정을 준용하여 이미지 콘텐츠 또는 그 부분인 오브젝트 단위
의 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합시킬 수 있다. 이 때, 표시 방법은 텍스트 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의
결합된 콘텐츠를 표시하는 방법 및 과정을 하나 또는 복수개를 대등하게 준용해서 사용할 수 있다.

동영상에의 준용

동영상은 이미지의 연속이므로, 개개의 이미지에 이미지 동영상 콘텐츠에 대한 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하는 방법
을 준용하여 적용할 수 있다.

게임이나, 애니메이션, 학습물 콘텐츠 등에 상표 등의 표장 콘텐츠

결합

시각에 호소하는 콘텐츠는 본질적으로 텍스트(문자, 숫자, 기호 등)나 이미지에 기반하고 있다. 이에 대한 본질적인 이
유는 다음과 같다. 첫째, 인간은 사고를 하고 사고는 언어로 하며, 언어는 문자라는 표시 체계를 가지고 있기 때문이다.
둘째 인간의 시각은 본질적으로 3차원 이상을 인식해 내지 못하기 때문이다. 입체적 형상을 보아도 인간이 동시에 파악
해 낼 수 있는 것은 입체의 표면이지 입체의 속의 일부 또는 전체(이는 3차원이다.)를 동시에 파악해 낼 수 없다. 속을
보기 위하여 쪼개면 이는 다시 쪼개진 면 즉, 그 쪼개진 입체에서의 표면을 볼 뿐이다. 그러므로, 인간의 시각적 인식과
용은 원근감 등의 존재에도 불구하고 표면 인식이며, 이는 본질적으로 2차원이며, 이는 다시 표면 이미지가 될 뿐이다.
그러므로, 웹 상의 시각적 콘텐츠는 본질적으로 2차원이다.

그러므로, 텍스트 콘텐츠, 이미지 콘텐츠 또는 이들의 결합으로 구성되어 있는 시각적 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명
과정의 일부 또는 전부를 적용할 수 있다. 게임, 애니메이션, 학습물 등 이들 텍스트 콘텐츠, 이미지 콘텐츠 또는 이들의
결합으로 구성되어 있는 시각적 콘텐츠의 하나의 예시적 성격을 가지고 있으며, 본 발명의 구성 사상의 하나의 적용에
또는 구체적 실시예의 성격을 가진다.

Game용

게임의 종류

본 발명의 대상이 되는 게임은 PC용 게임, 온라인게임, 유무선 네트워크 게임 버드, 머그, 아케이드, 오락실용 게임, 오
락기용 게임(PS2, Xbox, Sega) 등의 텍스트와, 그래픽 이미지가 사용되어 사용자(30-8)에게 시각적, 청각적 자극
을 주고 사용자(30-8)에 입력에 상호 작용하여 즐거움을 제공하는 소프트웨어이다.

본 발명의 구성

게임에서 사용되는 콘텐츠 중에는 크게 텍스트 콘텐츠와 이미지 콘텐츠가 있다. 이는 각각은 콘텐츠 개념 단위로 분리
될 수 있다. 그러므로, 텍스트 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명 중 텍스트 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는
과정을 부여할 수 있으며, 이미지 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명 중 이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠
부착하는 발명의 구성을 따를 수 있다.

본 발명의 예시

디지털 이미지가 쉽게 연상시키는 현실의 것(상품, 서비스)에 대한 광고를 게임에 나타나는 디지털 이미지와 결합, 합
성, 추가, 치환시킨다. 예를 들면, 게임의 사용자(30-8), 즉 플레이어(player)가 자동차 경주를 체험하게 하고, 인공
지능으로 움직이는 컴퓨터 상의 경쟁자나 다른 플레이어와 경쟁하게 하는 Driving Simulation Game이 있다고 하자.

플레이어는 자기가 운전할 차의 기본적인 외관과 사양에 대한 선택권이 주어지고, 자신의 차를 다양한 시점(Point of View)로서 인식할 수 있으며, 경기 중 다른 플레이어의 차를 쳐다 볼 수 있다.

현실의 대표적인 자동차 경주인 Formula 1 같은 경우에는 모든 경주자(Racer)의 차에 각종 회사의 로고, 상표가 스폰서십 개념의 기액의 대가를 받고 차체의 각부분(트렁크, 번호판, 사이드 도어, 후드, fender, roof)에 붙게 된다. 이러한 스폰서십(sponsorship)의 크기는 경주자의 성적에 비례하는 것이 보통이다.

이러한 개념을 경주용 시뮬레이션 게임에 도입하여,

첫째, 게임에 등장하는 디지털 자동차의 각 요소에 광고를 부착할 수 있다. 상품이나 서비스, 회사를 상징하는 로고, 슬로건, 상표 등의 광고를 부착한다.

둘째, 디지털 자동차의 외관을 사람들이 인식할 수 있는 각종 자동차 회사의 모델의 형태로 꾸민다.

이러한 자동차 경주 시뮬레이션 게임에 대한 광고 부착은 게임기용, PC용, 오락실용 등 모든 분야에 적용 가능하다.

광고 삽입의 한 방법

첫째, 게임 제작시에 게임에 나타나는 디지털 이미지를 만들 때, 이에 부착할 수 있는 광고 이미지를 적절하게 디자인하여 게임의 디지털 이미지에 합성한다.

둘째, 게임 제작시에 게임에 나타나는 디지털 이미지를 만들 때, 이에 부착할 수 있는 광고 이미지를 적절하게 디자인하고, 광고가 부착된 디지털 이미지와 광고가 부착되지 않은 디지털 이미지의 선택을 사용자(30-8)가 할 수 있는 옵션을 제공한다.

셋째, 각종 캐릭터, 장치, 구조물 등의 디지털 이미지를 생성할 때, 부분부분을 분리하여 하나의 요소별로 객체로 생성하고, 차후에 적합한 사이즈와 특성을 가진 다른 디지털 이미지와 개별적인 디지털 이미지가 치환될 수 있게 한다. 예를 들어, "강진 축구"라는 온라인 게임이 있다고 하자. 디지털 캐릭터인 각 팀의 엠버는 팀의 국적, 팀명 등을 나타내고 다른 팀과 시각적으로 구별되기 위하여 유니폼을 착용하고 있다. 일반 축구 경기에서 협찬하는 회사의 로고가 실린 유니폼을 입듯이 디지털 캐릭터가 입는 유니폼을 광고하고자 하는 회사의 로고, 상표등이 붙을 수 있게 한다. 이는, 유니폼을 개별적인 객체로 디자인하여, 로고가 실린 유니폼의 또다른 객체와 치환될 수 있게 함으로써 구현될 수 있다. 이때, 디지털 캐릭터의 모든 개별적인 객체를 개별적인 파일 형태로 존재하게 하여 이를 대면 유니폼에 해당하는 파일을 다른 로고가 달린 유니폼을 나타내는 파일로 바꾸게 하거나, 캐릭터 디자인 정보가 들어있는 파일의 내용을 접근(Access)하여 유니폼에 해당하는 부분의 정보를 조작할 수 있는 디지털 이미지 변용 프로그램을 만든다. 이 프로그램은 광고를 붙 것인가의 선택, 어떤 광고를 붙 것인가의 선택, 어떤 방법으로(어려 광고를 본다. 광고의 교체 주기를 설정한다 등) 광고를 붙 것인가 선택하는 등의 작용을 할 수 있다.

광고류 삽입의 한 대양

첫째, 축구게임의 경우 축구화에 유명 스포츠화의 로고를 붙이는 등의 게임콘텐츠와 직접적인 연관이 있는 광고와 게임의 디지털 이미지를 합성하여 삽입하거나

둘째, 야구 게임의 헬멧에 그 야구단에 해당하는 광고가 현실에서 발생하듯이, 현실에서 발생하는 광고의 삽입방법을 디지털 시뮬레이션 게임에서 그대로 응용하거나

셋째, 게임 콘텐츠와 상관관계가 떨어지거나 현실에서 발생하는 광고의 부착 방법은 아니더라도, 게임의 플레이를 방해하지 않는 범위내에서 광고를 삽입하는 방법이 있다. 예를 들면, 스타크래프트와 같은 전략 시뮬레이션 게임은 디자인할 때, 게임의 배경이 되는 부분이 고정되거나, 변형가능한 형태로 게임의 플레이에 방해가 되지 않는 배경 영역에 뉴스 등의 콘텐츠와 광고를 삽입할 수 있다.

광고의 선택권

광고를 볼 것인가, 말 것인가의 선택이나 어떤 광고를 볼 것인가의 선택권은 게임의 플레이어에게 부여하거나, 네트워크 게임에서 여러 사용자(30-8)가 접속하여 게임을 수행하게 해주는 네트워크 서버에서 조정할 수 있게한다. 앞에서 제기한 디지털 이미지 변형프로그램은 사용자(30-8)가 조작하게 하거나 네트워크 서버의 주체나 관리자가 하게 하거나, 별도의 광고 관리 프로그램(AD manager)이 하게 한다.

구체적인 방법에 대한 것이다.

애니메이션 용

캐릭터, 만화영화, 만화, 플래시, 스크린 세이버와 같이 실사가 아니라 그래픽하게 묘사된 주인공이 있는 장작물에 대하여 만화의 이미지로 광고를 삽입한다. 특히, 토이스토리(Toy Story)와 같이 디지털로 이루어진 만화의 경우, 캐릭터가 거주하는 공간이나, 캐릭터가 소유하고, 입고, 사용하는 장치, 옷 등의 디지털 이미지에 광고를 부착할 수 있다. 예를 들어, "짱구는 못말려" 같은 아이들의 세계를 그린 만화가 있다고 하자. 만화의 주인공들의 세계에 나타나는 음식점 대신에 맥도날드 햄버거가게의 간판이 나타난다면, 만화에 정신없이 몰입해 있는 아이들에게 매우 강력한 광고 효과를 발휘할 수 있다. 이를 확장하여, 맥도날드 햄버거 가게에는 짱구의 캐릭터 인형을 서비스로 제공하고, 짱구 만화에는 맥도날드 마크가 나타나는 동시홍보 효과를 누릴 수 있게 된다.

애니메이션은 이미지의 연속적인 결합이며 부분적으로는 텍스트가 나올 수 있다. 애니메이션에서 사용되는 콘텐츠 중에는 크게 텍스트 콘텐츠와 이미지 콘텐츠가 있으므로, 이는 각각은 콘텐츠 개념 단위로 분리될 수 있다.

그러므로, 텍스트 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명 중 텍스트 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 과정을 부여할 수 있으며, 이미지 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명 중 이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠 부착하는 발명의 구성을 따를 수 있다.

학습용

학습용 콘텐츠를 구성하는 콘텐츠에는 텍스트 콘텐츠와 이미지 콘텐츠가 있을 수 있다. 하나의 학습 콘텐츠는 콘텐츠 개념 단위로 분리될 수 있다. 그러므로, 텍스트 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명 중 텍스트 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하는 과정을 부여할 수 있으며, 이미지 콘텐츠에 대해서는 상기의 발명 중 이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠 부착하는 발명의 구성을 따를 수 있다.

상표 등의 표장 콘텐츠 등에 노출된 광고 효과에 대해 보상을 연계하는 방법

컴퓨터 사용자(30-8)가 광고에 노출된 효과를 측정하여 그에 상응하는 보상을 연계시키는 방법에 대한 것이다. 이 보상을 총괄하는 프로그램이 광고 관리 프로그램이다. 이에 대한 상세한 구성 및 작용은 광고 관리 프로그램에서 설명한 것과 동일한다. 광고 관리 프로그램에서의 광고 콘텐츠는 상표 등의 표장 콘텐츠를 포함한 제반 광고 콘텐츠를 말한다.

상표 등의 표장 콘텐츠를 통한 전자 상거래

광고 콘텐츠에 상호작용을 하였을 때, 전자 상거래 사이트 및 기타 사이트들을 연동시켜 컴퓨터 사용자(30-8)들에게 좀더 직접적인 상품 또는 서비스에 대한 정보를 줌과 동시에 전자 상거래를 발생시키는 방법에 대한 것이다. 광고 관리 프로그램을 통하여 사용자(30-8)는 보상 금액을 적립할 수 있다.

보상금액의 표시

상표 등의 표장 콘텐츠에 노출된 대가 등을 통한 각종 축적된 보상은 금전 비금전일 수 있다. 금전일 경우에는 화폐단위로 표시할 수 있다. 이 화폐단위로 표시된 금액을 보상금액이라 한다. 보상금액에 대한 정보가 존재하는 곳은 광고관리 프로그램, 정보 관리 센터 등이 있으며, 보상금액은 이곳의 통제를 받아 자신의 컴퓨터의 표시 장치 상의 특정한 공간에 표시될 수 있다. (68-1) 예를 들면 컴퓨터의 모니터 상의 하단의 메뉴바에 보상을 표시하는 금액이 선택적으로 보상을 표시하는 아이콘과 함께 표시될 수 있다. 이 보상 금액이 표시된 것을 하나의 객체 또는 콘텐츠 단위로 해석하여 '보상 금액 표시'라 한다. 보상 금액은 보상이 발생할수록 누적될 수 있으며, 상품이나 서비스를 구매하거나 이용하는 과정에서 지출이 발생하면 줄어든다. (68-7) (68-2)

보상 금액 표시 콘텐츠와 연동하는 정보

보상 금액 표시(68-1)가 하나의 객체 또는 콘텐츠로 취급되면 이것에 대해 다른 콘텐츠나 정보를 연동시킬 수 있다. 즉, 보상 금액 표시에 클릭 등의 상호 작용(68-3)을 하면 그것에 연관된 각종 특정한 공급자 상품 또는 서비스에 대한 정보(예를 들면, 그 금액으로 살 수 있는 특정한 공급자의 상품 또는 서비스 등에 대한 추천 정보 등)가 open 되고 (68-4) 그 나열된 상품 또는 서비스에 대해서 다시 상호 작용을 하면 그 상품 또는 서비스를 구매할 수 있는 전자 상거래 사이트로 가거나, 그 상품 또는 서비스와 관련된 포럼, 커뮤니티 등의 관련 사이트로 갈 수 있다. (68-5) 사용자(30-8)가 전자 상거래를 한(68-6) 경우는 대금이 지불되고, 그 대금 중에는 보상금액이 들어갈 수도 있다. 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터는 대금 중 보상 금액 해당 부분을 파악한다. (68-7) 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터는 기존의 보상 금액에서 지출된 부분을 뺀 나머지 보상 금액에 대한 정보를 사용자(30-8)에게 제공해 준다. 이는 특히 사용자(30-8)의 컴퓨터가 네트워크와 연결되어 있으면 정보 관리센터는 실시간으로 연동하는 정보를 갱신해 줄 수 있다. (68-2)

사이버 머니(cyber money) 정보를 공급자들에게 알려주는 경우 어떤 특정한 자가 사이버머니를 가지고 있는 경우, 이들 공급자들에게 보상을 받으면서 알려 줄 수 있다. 이는 정보 공개 중 자신이 가지고 있는 금전에 대한 정보의 공개이다. 사이버 머니의 경우 실물 화폐보다 쉽게 지출되는 경향이 있기 때문에 이 정보는 공급자들에게 더 큰 의미를 가지게 된다. 이 정보가 공개되는 경우 공급자들로부터 이 사이버머니 범위 내에서 구매할 수 있는 각종 상품 또는 서비스를 구매할 수 있는 장소 및 각종 조건 등이 하이퍼텍스트로 담겨 있는 상품 또는 서비스에 대한 정보 콘텐츠가 보상 금액 표시 콘텐츠와 연동하는 정보 표시부에 표시될 수 있게 된다. 특히, 이 과정은 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터를 통하여 개별 컴퓨터 사용자(30-8)들에게 제공될 수 있다.

상표 등의 표장 콘텐츠를 통한 전자상거래의 발생

본 발명이 대상으로 삼고 있는 전자 상거래는 상품 또는 서비스 및 상품 또는 서비스를 구매할 수 있는 상품권, 이용권 등의 채권에 대한 거래를 포함한다.

사용자(30-8)가 상표 등의 표장 콘텐츠를 통해서 전자상거래를 하는 방법의 종류는 다음과 같다.

첫째, 보상 금액 표시를 통해서 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터로 들어 온 경우이다.

둘째, 광고 콘텐츠에 있는 하이퍼링크를 클릭한 경우이다.

이하 분설한다.

보상 금액 표시를 통해서 전자 상거래 사이트 들어 온 경우 보상 금액 표시에 대해서 상호 작용하던 광고 관리 프로그램과 관계하는 소명 공간으로 들어 오게 된다. (69-1) 전자 상거래 사이트는 보상 금액의 상황에 맞는 상품 또는 서비스만을 읽어 올 수 있다. 이때, 광고 관리 프로그램은 사용자(30-8) DB를 분석하여 사용자(30-8)의 구매 양태 등을 분석한 다음(69-2), 이 분석 결과와 관계되는 상품 또는 서비스를 먼저 사용자(30-8)에서 제시 할 수 있도록 전자 상거래 사이트에 연락할 수 있다. (69-3)

광고 콘텐츠에 대해 클릭 등을 하여 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터가 관계하는 전자 상거래 공간으로 들어 온 경우라면, 그 광고 콘텐츠에 직접 관련된 상품을 먼저 제시하고(69-4), 아울러 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터는 사용자(30-8)의 보상 금액을 파악하여, 광고 콘텐츠 관련 상품의 목록과 보상 금액을 구매 가능한 목록을 교차 검색하여 그 결과로 나온 상품 또는 서비스를 사용자(30-8)에게 제시할 수 있다. 물론, 사용자(30-8)DB를 검색하고, 그 분석 결과를 활용할 수도 있다.

사용자(30-8)가 상품 또는 서비스를 구매의 의사 표시를(69-5) 하고 계약이 체결되는 단계이다.

결제가 일어나는 과정이다. 결제를 위해서는 각종 서식의 작성이 필요한 경우가 있는데 이 때 광고 관리 프로그램은 자동 완성(automatic completion)을 통해서 자신이 내장하고 있는 정보를 서식에 자동적으로 입력한다. 이때, 할인 매개자의 정보가 있다면 그 할인 매개 정보를 자동으로 입력할 수 있다. 대금의 결제는 광고 관리 프로그램이 보상 금액을 관리하고 있는 DB에서 금액을 가져와 대금의 한도에서 사용자(30-8)의 구좌에서 상품 또는 서비스의 공급 주체에게 이권된다.

광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터는 변경된 보상 금액을 보상 금액 표시 공간에 전송하여 보상 금액 표시를 변경시킨다.

축적된 보상 금액의 현금화

축적된 보상 금액을 현금화시키는 경우, 일정한 할인율이 적용될 수 있다. 즉, 자신이 보상 과정에서 축적된 금액과 현금과의 교환 비율 과정을 매개시켜(예를 들면 100:95 등) 현금화를 원하는 사용자(30-8)들에게 제공될 수 있다. 이의 역과정으로 자신의 현금을 광고 관리 프로그램 또는 정보 관리 센터에 입금하고 이를 보상 금액처럼 사이버머니화할 때도 교환 비율이 적용될 수 있다.(예, 현금 100원을 사이버머니 105원으로 해 주는 것 등, 반드시 양 교환 비율이 동일할 필요는 없음) 본 과정을 적용하면 사이버 상의 전자 상거래를 활성화시킬 수 있다.

웹사이트 콘텐츠의 오프라인화 및 오프라인 상태에서의 본 발명의 적용

웹사이트의 내용을 항상 온라인 상태에서만 접근하고 사용자(30-8)의 표시장치에 표시할 수 있게 하는 것은 아니다. 오프라인 상태에서 웹사이트가 보유하고 있는 콘텐츠를 보는 방법은 여러 가지가 있다.

전자 우편 등

전자 우편 등의 네트워크를 통한 통신 기술로 웹콘텐츠의 내용을 사용자(30-8)에게 전달할 수 있다. E-mail은 단순히 텍스트(text)에 의한 것과 웹콘텐츠의 내용을 표시하는 일반적인 방법인 html에 의한 것, 그리고 첨부 파일의 형태로 각종의 응용 프로그램(Application Program)이 조작할 수 있는 고유의 파일 포맷으로 전송되어질 수 있다. 사용자(3

0-8)는 e-mail server와 아웃룩, 유도라 등의 다양한 e-mail program을 통하여 e-mail을 전송받고 나서는 오프라인 상태에서 e-mail을 볼 수 있는데, 이 때의 e-mail의 내용에 위에서 상술한 기법으로 제작된 상표 등의 표장 콘텐츠를 또는 기타 광고 콘텐츠를 삽입한다.

본 발명을 자세히 설명하면 다음과 같다.

사용자(30-8)의 컴퓨터에 상표 등의 명칭을 추출해 내고 이에 대해 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 사용자(30-8)에게 제공해 줄 수 있는 결합 프로그램(본 프로그램에는 결합 과정을 자동시키기 위한 DB들이 내장되어 있다. 이 프로그램 및 DB는 네트워크에 접속하여 갱신될 수도 있으며, 갱신된 프로그램을 다운로드 받아서 설치하는 방법으로 또는 CD-ROM 등의 오프라인 방식의 저장 매체를 통하여 이식하는 방법으로 갱신될 수 있다. 이상도 같으며 이하도 같다)이 있는 경우, 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합되지 않은 전자 우편 등으로 전송받은 콘텐츠를 사용자(30-8)가 본 프로그램에 전송한다. 결합 프로그램은 원래의 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합한 콘텐츠를 사용자(30-8)에게 제공한다. 이때, 사용자(30-8)의 컴퓨터에 내장되어 있는 광고 관리 프로그램이 작동하여, 사용자(30-8)에게 광고에 노출된 효과를 측정하여 광고 관리 프로그램을 통하여 정당한 보상이 이루어지게 한다.

또한, 사용자(30-8)가 네트워크에서 다운로드 받을 때, 그 프로그램을 결합 프로그램이 있는 사이트로 전송하고, 결합 프로그램이 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합하여 사용자(30-8)에게 결합된 콘텐츠를 제공해 줄 수 있으며, 사용자(30-8)가 네트워크 상에서 그 결합된 콘텐츠를 시청각하는 경우, 그 사이트에 광고 관리 프로그램이 있다면 사용자(30-8)에게 측정된 광고 효과만큼 소정의 보상을 지불할 수 있으며, 사용자(30-8)가 다운로드 하여 자신의 컴퓨터 상에서 광고가 결합된 콘텐츠를 시청각 하는 경우, 사용자(30-8)의 컴퓨터에 내장된 광고 관리 프로그램에 의해서 보상이 이루어질 수 있다.

이 때 상표 등의 표장 콘텐츠를 활용하여 전자 상거래를 할 수 있는데 이에 대한 구체적인 방법은 상기의 상표 등의 표장 콘텐츠를 활용한 전자상거래 편에서 나온 과정과 완전히 동일하다.

CD-ROM 등의 매체

CD-ROM, DVD, Floppy Disk, Zip Driver, 각종 MOD, PCMCIA카드, Compact Flash Memory Card, 각종의 메모리 스틱의 형태로 콘텐츠를 저장하여(웹 연동 또는 웹 비연동 포함) 이를 사용자(30-8)에게 표시할 수 있다. 이 때 각종의 저장 매체에 저장된 콘텐츠에는 앞에서 상술한 기법으로 상표 등의 표장 콘텐츠 또는 기타 광고 콘텐츠가 결합될 수 있다.(이 때, 결합 프로그램은 'plug in 프로그램 방식'으로 콘텐츠에 개입할 수 있다. 이상도 같으며, 이하도 같다) 저장 매체로 유통되는 콘텐츠와 광고는 웹에서 제공되는 콘텐츠의 형식과 동일한 방법으로 만들어질 수도 있고, 오프라인 형태로 제공되는 것을 기본 방침으로 제작된 것으로 브라우징이나 네트워크 연결과 상관없이 동작될 수 있다. 이 때에도 광고 관리 프로그램이 작동하여 사용자(30-8)의 광고 콘텐츠에 대해 노출된 효과를 측정하여 사용자(30-8)에게 정당한 보상을 매개해 줄 수 있다. 이때 광고 관리 프로그램은 사용자(30-8)의 컴퓨터 내에 있을 수도 있으며, 사용자(30-8)의 컴퓨터가 네트워크에 연결되었을 때 네트워크 상의 특정한 가상 공간 속에 존재하여 작동할 수도 있다.

이 때 CD-ROM, DVD, Floppy Disk, Zip Driver, 각종 MOD, PCMCIA카드, Compact Flash Memory Card, 각종의 메모리 스틱으로 제공된 콘텐츠에 결합 프로그램에 의해 결합되어 사용자(30-8)에게 제시된 콘텐츠 상에 존재하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 활용하여 전자 상거래를 할 수 있는데 이에 대한 구체적인 방법은 상기의 상표 등의 표장 콘텐츠를 활용한 전자상거래 편에서 나온 과정과 완전히 동일하다.